

تأثیر سرمایه روانشناختی مثبت بر وفاداری مشتری با تأکید بر رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی (مورد مطالعه شعبات بانک صادرات استان گیلان)

سیامک ایزدی گلشن *

1395-06-31

چکیده وفاداری مشتریان، امروزه کلید موفقیت تجاری محسوب می‌شود با افزایش وفاداری سهم بازار و میزان سوددهی بنگاه اقتصادی بالا می‌رود. درک بازار با برنامه‌ریزی و اتخاذ استراتژی‌های مناسب جهت وفادار کردن مشتریان و افزایش نرخ خرید آن‌ها، منافع بلند مدت برای بنگاه اقتصادی به وجود می‌آورد. بدین منظور یکی از عوامل مهم در وفاداری مشتریان کارکنان محسوب می‌گردند تحقیق حاضر به بررسی تأثیر سرمایه روانشناختی مثبت کارکنان بر وفاداری مشتریان شعبات بانک صادرات استان گیلان؛ با توجه نقش میانجی رضایت شغلی و رفتار شهروندی سازمانی می‌پردازد. این تحقیق براساس نوع هدف کاربردی است. روش گردآوری داده‌ها میدانی بوده است. به منظور گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر کارکنان و مشتریان بانک صادرات در شعبات استان گیلان می‌باشد. روش نمونه برداری در تحقیق حاضر، برای کارکنان از نوع تصادفی ساده و مشتریان غیر احتمالی در دسترس بوده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از معادلات ساختاری از نرم افزارهای SPSS و pls استفاده شد. از پنج فرضیه ارائه شده در تحقیق سه فرضیه تأیید و دو فرضیه رد شد. فرضیه های مورد تأیید عبارتند از: تأثیر سرمایه روانشناختی مثبت بر رضایت شغلی، تأثیر رضایت شغلی بر رفتار شهروندی، رفتار شهروندی بر وفاداری. هم چنین تأثیر سرمایه روانشناختی بر رفتار شهروندی و تأثیر رضایت شغلی بر وفاداری مورد تأیید قرار نگرفت. هم چنین بیش ترین تأثیر مربوط به تدثیر سرمایه روانشناختی مثبت بر رضایت شغلی و کم ترین تأثیر مربوط به رفتار شهروندی بر وفاداری مشتری است.

کلمات کلیدی: واژگان کلیدی: رفتار شهروندی، رضایت شغلی، سرمایه روانشناختی مثبت، وفاداری مشتری،